

| | |
|--|---------------------------------|
| <p>ادارة السمعة المؤسسية والصورة الذهنية</p> | <p>البرنامج التدريبي</p> |
| <p>اللغة العربية</p> | <p>لغة البرنامج</p> |
| <p>طريقة التعلم (حضور وجاهي)</p> | <p>مدة البرنامج</p> |
| <p>ومن اهداف هذا البرنامج التدريبي التالي : تمكين المشاركين من فهم مفهوم السمعة المؤسسية وأهميتها الاستراتيجية. توضيح العلاقة بين الصورة الذهنية والثقة الجماهيرية. تدريب المشاركين على تطوير استراتيجيات فعالة لبناء وتعزيز السمعة المؤسسية. التعامل مع الأزمات الإعلامية وتأثيرها على الصورة الذهنية للمؤسسة. تحليل وتقدير أدوات قياس السمعة والصورة الذهنية</p> | <p>اهداف البرنامج</p> |
| <p>اليوم الأول: المفاهيم الأساسية للسمعة المؤسسية والصورة الذهنية تعريف السمعة المؤسسية والصورة الذهنية. الفرق بين الهوية المؤسسية، الصورة، والانطباع العام. العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية. نشاط: تحليل نماذج مؤسسات ناجحة وفاشلة في إدارة السمعة. اليوم الثاني: بناء السمعة المؤسسية داخلياً وخارجياً دور الموظفين في تشكيل السمعة المؤسسية. العلاقة مع أصحاب المصلحة: العملاء، الموردين، المجتمع. التكامل بين الاتصال الداخلي والخارجي. ورشة: تصميم خطة اتصال داخلي داعمة للسمعة المؤسسية. اليوم الثالث: إدارة السمعة الرقمية والإعلامية كيف تكون السمعة عبر الإنترن特؟ التعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية. إنشاء محتوى مؤسسي يدعم الصورة الذهنية. تمرين عملي: تحليل صفحة مؤسسة على منصات التواصل. اليوم الرابع: السمعة في أوقات الأزمات الاستعداد للأزمات: السياسات والخطط. استراتيجيات الاتصال في أوقات الأزمات. استعادة الثقة بعد الأزمات. نشاط جماعي: محاكاة أزمة إعلامية وإدارتها. اليوم الخامس: قياس السمعة وتحسين الصورة الذهنية أدوات تحليل السمعة (استبيانات، مراقبة إعلامية، تحليلات رقمية). مؤشرات أداء السمعة المؤسسية. تطوير خطة تحسين مستمرة للصورة الذهنية. عرض مشاريع المشاركين الختامية وتقديرها.</p> | <p>محتويات البرنامج</p> |

الفئة

المستهدفة

مديرو العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
المسؤولون عن التسويق والعلاقة التجارية.
الناطقون الرسميون والمتحدثون الإعلاميون.
القيادات الإدارية العليا ومتخدمو القرار في المؤسسات.
الموظفون في أقسام خدمة العملاء والتواصل مع الجمهور.
المستشارون في مجالات الاتصال المؤسسي والهوية
المؤسسية.
الجهات الحكومية والخاصة التي تسعى لبناء أو تعزيز صورتها
الذهنية.
الطلاب والباحثون في تخصصات الإعلام، العلاقات العامة،
والإدارة.

المادة التدريبية / الเทคโนโลยيا المستخدمة

المحاضرات Lecture
الحلقات النقاشية Group Discussion
الادوار التمثيلية Role Playing
التمارين العملية Exercises والتطبيقات المهارية
دراسة حالات Cast Study
المناظرات القصيرة Short discussion
تقديم العروض Presentation
الاستقصاء الادراكي والتقييم Conception Surveys
مختبرات سلوكية behavior lab
دراسة نماذج عالمية International example
نماذج الذكاء الاصناعي AI